

замовників (споживачів) його продукції. Це дозволить цілеспрямовано управляти формуванням комплексу відповідних заходів.

Список використаної літератури:

1. Маркетинговий менеджмент: Підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. - К.: Видавництво "Хімджест", 2008. – 720 с.
2. Ілляшенко С.М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / С.М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки, 2008. - № 2. – С. 92-102.

ІНТРАПРЕНЕРСТВО: СУТНІСТЬ ТА СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ

Косенко Олександра Петрівна, доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки і маркетингу НТУ «ХП»
Маслак Марія Володимирівна, викладач кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХП»

Зарубіжний досвід країн показує, що саме малі інноваційні підприємства (інтерпренери), створені в рамках великих корпорацій, є тією ланкою, яка зв'язує науку і промисловість. Вони готові взяти на себе ризик перетворення ідеї створення дослідних зразків виробів в реальну продукцію. Без цього неможливо оцінити, наскільки перспективною опиниться на ринку дана наукова розробка і варто займатися її комерціалізацією (антрепренерська діяльність). Саме через наявність інноваційного ризику на цій стадії багато великих компаній не роблять масштабні інвестиційні вкладення, адже їм потрібні хоча б якісь гарантії успіху. Тобто на практиці впровадження наукових досліджень стало нішею малих інноваційних фірм, що стало можливим з розвитком інтрапренерства з одного боку, та антрепренерства – з іншого.

Інтрапренерство передбачає використання творчого потенціалу працівників всіх підрозділів промислового підприємства (не тільки підрозділів інноваційного спрямування), отже, ключовою фігурою є інтрапренер. Інтрапренер – це співробітник даного підприємства, який працює за наймом, проявляє творчу ініціативу, відрізняється особливим духом підприємництва, генерує нові ідеї, організовує бізнес таким чином, щоб підприємство отримувало прибуток за рахунок ефективного використання власних інтелектуальних та матеріально-технічних ресурсів. Інтрапренер (внутрішньофірмовий підприємець) на даному підприємстві може бути керівником, спеціалістом, робочим, тобто виконувати свої функції у відповідності з робочим місцем. Разом з тим, інтрапренером може бути тільки така особистість, яка володіє певними підприємницькими здібностями. Тестування дозволяє виявити в них такі важливі підприємницькі якості, як: схильність до ризику, креативність, спрямованість на досягнення поставленої мети, уміння складати бізнес-плани, навички в сфері права, економіки та фінансів і т.п. Отже, з усього вищесказаного можна виділити одну

з основних характеристик інтрапренера – це мотивація підприємницької діяльності як мотивація особливого виду праці. Надзвичайно важливим є той факт, що в комплекс внутрішніх спонукань інтрапренерства входить розробка і реалізація продуктових та технологічних інновацій, тобто інтелектуальна складова його діяльності, а значить і всього колективу даного підприємства.

Можна легко представити типову ситуацію виникнення інтрапренерства на машинобудівному підприємстві. Наприклад, в одному з підрозділів підприємства створено прогресивний технологічний продукт, промислове виробництво якого на даний час не входить в коло найбільш пріоритетних інтересів підприємства. Розробник цього продукту (винахідник) впевнено доводить той факт, що ця технологічна розробка знайде свого споживача на цільовому ринку, але в даний час розробник особисто не володіє коштами для виробництва продукції з її використанням. Виходячи з цих позицій, керівництво підприємства приймає рішення про створення малого підприємства з пайовою участю розробника технологічного продукту, який, частіше всього, стає або її керівником, або здійснює науковий супровід і безпосередньо організує виробництво свого продукту. Коли новий бізнес отримує ринкове визнання і почне приносити відчутний прибуток, він входить як складова частина у відповідний структурний підрозділ машинобудівного підприємства або виділяється в якості нової самостійної лінії продукції. При цьому винахідник не втрачає свої права на інтелектуальну власність, найбільш ефективно здійснює внутрішній трансфер своєї розробки і одночасно сприяє покращанню техніко-економічних показників роботи машинобудівного підприємства.

Пропоноване визначення направлено на вирішення низки надзвичайно важливих завдань, які в сучасній виробничо-комерційній діяльності промислових підприємств є визначальними при досягненні ними своїх комерційних цілей на цільовому ринку. Серед них відмітимо наступні:

- активізація та використання творчого потенціалу співробітників;
- більш ефективне використання власних ресурсів підприємства (матеріальних, технічних, фінансових, інформаційних, людських і т.п.);
- розширення, покращення та удосконалення номенклатури та асортименту продукції підприємства, що випускається;
- оперативне реагування на зміни нужд та потреб споживачів продукції підприємства, що висувуються ними в зв'язку з ринковими, соціальними та науково-технічними змінами на цільовому ринку;
- максимальна реалізація творчого інноваційно-інтелектуального потенціалу співробітників з метою покращення виробничо-комерційної діяльності підприємства;

- створення основи для подальшого розвитку виробництва;
- створення ідеальних умов для внутрішньофірмового трансферу технологічних продуктів, розроблених на власному підприємстві та швидкої реалізації всіляких нововведень (технічних, організаційних тощо);
- сталий інноваційний розвиток підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на цільовому ринку продукції;
- швидка реалізація всіляких нововведень (технічних, продуктових, організаційних, управлінських, ринкових і т.п.);
- суттєве покращення техніко-економічних характеристик роботи підприємства та с соціально-економічних показників життя його співробітників.

Список використаної літератури:

1. Алексашкина Е.И. Внутрифирменное предпринимательство / Е.И. Алексашкина // Научный журнал СПбГУНиПТ [Электронный ресурс]. – 2011. – № 1. – Режим доступа: <http://www.open-mechanics.com/journals>.
2. Аниконов Н. Б. Механизмы и функции интрапренерства в инновационной деятельности предприятий и регионов. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями и инвестиционной деятельностью, региональная экономика, предпринимательство). – Кисловодск, – 2004. – 178 с.
3. Власова, М. Ф. Система интрапренерства в сфере строительства : монография / М. Ф. Власова, В. В. Козлов, А. М. Платонов. - Екатеринбург : УрФУ, 2014, - 144 с.
4. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смоловик Р.Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.
5. Жабин А.П. Интрапренерство как инструмент управления инновационной активностью предприятия / А.П.Жабин, Е.А. Кандрашина, Е.П.Трошина // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, № 6(56), 2009. – С. 38-44.
6. Миллер А.Е. Интрапренерство / А.Е.Миллер, С.Н.Чуканов.- Омск: Изд-во ОмГТУ, 1998.- 141 с.
7. Негреева В.В. Интрапренерство как расширенная форма управления предпринимательскими структурами [Электронный ресурс] / В.В.Негреева // Экономика и экологический менеджмент. 2013. №3.- Режим доступа: <http://economics.open-mechanics.com/articles/749.pdf>
8. Перерва П. Г. Антикризисний моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянський // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С. 46–50.
9. Перерва П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П.Г.Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4(1). – С. 55-66.
10. Перерва П.Г. Антикризисні інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика / П.Г.Перерва, А.В.Косенко, О.П.Косенко // Вісник Нац.техн.ун-ту "ХПІ" : зб.наук.пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 25. – С. 100-106.
11. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорелова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – 1080 с.
12. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
13. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г. Перерва, Н.П. Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – №4 (60). – С. 116-120.
14. Пузикова Е.А. Управление предприятием на основе интрапренерской деятельности / Е. А. Пузикова // Российское предпринимательство. - 2008. - № 7. - С. 60-63.
15. Стоцкая А.А. Формирование экономических и организационных условий эффективной интрапренерской деятельности на предприятиях / А.А.Стоцкая // ЭКОНОМИНФО.- 2013.- № 19.- С.70-74.
16. Pererva P.G. Technology transfer [Text] / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi. — Veres-Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.